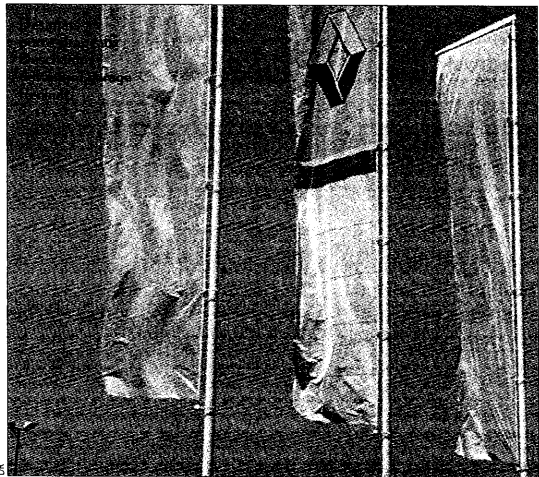


L'ACTUALITÉ DES PME



Deschamps hisse ses couleurs en Chine

Spécialisée dans la fabrication de mâts de drapeaux en fibre de verre, la PME mise sur ses filiales américaine et chinoise. À l'horizon 2010, la filiale asiatique alimentera pour les deux tiers son activité, estime son dirigeant.

Confronté à la saturation d'un marché français qu'elle contrôle à 70 %, Deschamps essaye de planter ses mâts de drapeaux en fibre de verre en Chine et aux États-Unis, deux pays où le pavage fait partie intégrante de la culture locale. La PME fabrique des mâts de drapeaux depuis 1987. Son chiffre d'affaires plafonnait à 900.000 euros quand Didier Blanchon en prend le contrôle en 1999. « *J'en suis à ma quinzième reprise*, explique le PDG. *Je me focalise sur des sociétés bénéficiant d'un potentiel de croissance important. C'était le cas de Deschamps. Seules une douzaine d'entreprises dans le monde fabriquent des mâts en fibre de verre. Ce matériau haut de gamme cumule les avantages. Il est inusable, très léger, pas conducteur en cas d'orage et ne nécessite pas de maintenance.* »

En sept ans, Didier Blanchon a triplé le chiffre d'affaires de Deschamps, pour arriver à 2,7 millions d'euros (non consolidé) en 2005, puis 2,5 millions en 2007. « *J'ai stabilisé l'activité pour augmenter les marges. Nous étions à 5 % de résultat net en 2005. Nous gagnons 2 points en 2006, et je me fixe comme objectif 10 % de rentabilité en 2010* », explique-t-il. Deschamps a son siège social et son site de production (1.000 m²) pour l'Europe à Saint-Raphaël (Var). L'usine, qui a doublé ses capacités en 2000, emploie 20 salariés et exporte 25 % des mâts fabriqués. 80 % sont vendus à des entreprises (constructeurs automobiles, chaînes d'hôtels, de restaurants, etc.), 20 % aux collectivités. « *Je n'ai pas de concurrents français*, remarque Didier Blanchon. *Je me bats principalement contre qua-*

tre ou cinq constructeurs scandinaves et un britannique. Je fabrique de 5.000 à 6.000 mâts par an et eux le double. Ils sont partout, sauf en Chine. Je suis un outsider qui les embête beaucoup. Ils ont dû réduire leurs prix de 30 % aux États-Unis depuis que j'y ai implanté Deschamps. »

La PME a créé une filiale en Caroline du Nord fin 2004 et une usine de 2.000 m² employant huit salariés, après un investissement de 1,5 million d'euros. « *L'activité démarre, mais plus lentement que prévu* », estime le PDG. La filiale américaine a réalisé un chiffre d'affaires de 1 million de dollars en 2006, qu'elle devrait doubler en 2007. « *Les États-Unis sont un marché de particuliers, alors que nous vendons habituellement nos produits aux entreprises. Nous avons dû créer une nouvelle gamme, moins onéreuse, pour cette clientèle* », explique Didier Blanchon.

LE MARCHÉ LOCAL CHINOIS JUTEUX

Deschamps a également investi 400.000 euros en Chine, en janvier 2006, dans une usine de 4.000 m² basée à 300 km au sud de Shanghai. Elle devrait générer 3 millions de dollars de chiffre d'affaires en 2007, emploie une trentaine de salariés, mais portera rapidement ce chiffre à une centaine. « *Les Chinois aiment les produits technologiques et soignent l'apparence. Nos mâts y rencontrent déjà un franc succès* », se félicite Didier Blanchon. Outre la construction de mâts en fibre de verre, le site chinois sert également de plate-forme pour sous-traiter la fabrication de produits connexes, par exemple des mâts en aluminium, des drapeaux ou encore un système de hissage de bannière, qui sont ensuite vendus sur place, exportés aux États-Unis et en Europe.

Didier Blanchon estime qu'à l'horizon 2010 la filiale chinoise alimentera pour les deux tiers l'activité de Deschamps, l'usine américaine un quart et la France le solde. Il prévoit d'ailleurs la construction d'autres usines dans l'empire du Milieu, toujours pour alimenter un marché local considérable. ■

GÉRARD TUR

Le Baby Léo d'Electro Concept met les nouveau-nés au chaud

La société a mis au point un berceau chauffant révolutionnaire destiné aux bébés bien portants de faible poids.

À LIMOGES

Il fallait y penser, Electro Concept l'a fait. Depuis deux mois, quatre berceaux chauffants réchauffent des bébés bien portants de moins de 2,5 kg, incapables d'assumer une normothermie lors des premiers jours de leur vie. Les maternités de l'hôpital américain de Neuilly, de l'hôpital d'Avignon et de la clinique des Émaillères, à Limoges, sont les premières équipées. « *Ce berceau est le lien entre l'incubateur et le berceau ordinaire*, précise le directeur d'Electro Concept, Roger Momart. *Le bébé s'habitue au milieu ouvert sans être traumatisé en baissant progressivement la température du berceau.* »

Le Baby Léo présente un double avantage. Il est tout intégré : c'est bien le berceau qui chauffe, et il est inutile d'ajouter une couverture ou un matelas chauffant. Son démontage — enfantin ! — facilite le nettoyage. Il s'utilise avec un kit de couchage sur mesure comprenant notamment un matelas en gel. Une

version pour jumeaux est à l'étude.

« *Les démonstrations en milieu médical ont plu, 50 exemplaires sont budgétés à 3.700 euros l'unité.* » Le dirigeant table sur 200 ventes par an, par pays, en Europe du Nord, une vitesse de croisière atteinte d'ici deux à trois ans.

UN INVESTISSEMENT DE 15 MILLIONS D'EUROS

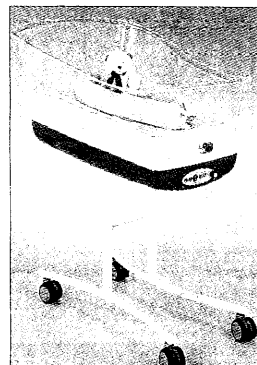
La mise au point du berceau n'a nécessité qu'un an de R&D, alors que les normes d'autorisation de mise sur le marché (AMM) sont draconiennes. En travaillant depuis huit ans sur une couveuse pour grands prématurés, les techniciens ont acquis un savoir-faire unique. « *Cette couveuse représente le mariage de l'eau et du feu*, souligne le dirigeant. *Les grands prématurés doivent à la fois être réchauffés et oxygénés, et baigner dans un air fortement humidifié. Il faut tenir compte des contraintes de nettoyage, d'asepsie et d'absence de bruit. La régulation de la température et la sécurité sont aussi impératives.* »

L'investissement (15 millions d'euros) est autofinancé, comme c'est le cas de cette société depuis sa création en octobre 1990. Le marché est estimé à 100 pièces par an par pays en Occident, à 15.000 euros pièce. L'industrialisation débutera dans un an pour un lancement fin 2008. Pour sa diffusion,

Roger Momart va créer un « joint-venture » avec un distributeur britannique : « *Nous financerons les produits qui resteront sous douane, ils ne seront facturés qu'en sortant du pays. Nous comptons ainsi doper nos ventes de façon durable avant de cibler d'autres pays.* »

Outre ces deux innovations, la PME familiale reste leader européen des couvertures chauffantes à usage médical et hospitalier avec 6.000 unités écoulées en quinze ans.

CORINNE MÉRIGAUD



Le berceau chauffant fait « le lien entre l'incubateur et le berceau ordinaire », précise le directeur d'Electro Concept, Roger Momart.

La Tribune

Palmarès de l'immobilier résidentiel

Où acheter sa résidence secondaire ?

Région par région, une grande enquête à lire tous les vendredis jusqu'au 2 mars

Vendredi 23 février : Sud Est
Le 2 mars : Est